

## 情報処理とDXの差は

### 初めに

私は「情報処理コンサルタント」という呼称を使用しています。私のサイトにも「情報処理とは」

([https://www.oac-aka.com/office/it\\_intro.htm](https://www.oac-aka.com/office/it_intro.htm) というページをはじめとして数ページ公開しています。)

ゆえに、“情報処理”ということにこだわっています。

そのため、“情報処理”と“DX”の差をご理解していただくためにこの資料を作成しました。



最近DXというワードが乱れ飛んでいます。情報処理とDXの差を明確にすると以下の様に考えられます。

「情報処理」と「DX（デジタルトランスフォーメーション）」は、異なるコンセプトであり、それぞれ異なる目的を持つことがあります。以下にそれぞれの概要を説明します。

### 1. 情報処理（Information Processing）：

情報処理は、データや情報を収集し、整理し、解析するプロセスを指します。これは非常に一般的な用語であり、多くのコンテキストで使用されます。情報処理は、コンピューターサイエンス、データベース管理、情報システム、統計学、およびその他の分野に関連しています。情報処理はデータの収集、保存、変換、分析、および通信を含む幅広いアクティビティを指すことがあります。

### 2. デジタルトランスフォーメーション（DX）：

デジタルトランスフォーメーション（DX）は、組織がデジタル技術とプロセスの導入を通じて、ビジネスプロセスや顧客エクスペリエンス(\*1)を改善し、競争力を高めることを指します。

DXは、従来のビジネスモデルを変革し、新しいデジタル技術を活用して、業務プロセスの効率を向上させ、新たな価値を提供することを目指します。具体的な技術としては、ビッグデータ分析、クラウドコンピューティング、人工知能、インターネット・オブ・シングス（IoT）などが含まれます。

したがって、**情報処理**はデータや情報を扱うプロセス全般を指す一方、**DX**は組織のビジネス戦略を変え、デジタルテクノロジーを活用して革新的な変革を実現しようとする戦略的なアプローチを指します。

DXは情報処理の一部として考えることができますが、より広範なビジネス変革の一環として位置づけられません。

もう少し詳細に「情報処理」と「デジタルトランスフォーメーション（DX）」の違いについて説明すると。

1. 情報処理（Information Processing）		2. デジタルトランスフォーメーション（DX）	
範 囲	情報処理は、情報やデータを収集、保存、変換、分析、および伝達する一般的なプロセスを指します。これは、コンピューターサイエンス、情報科学、統計学、情報システムなど、さまざまな分野に関連しています。	範 囲	DX は組織全体のビジネス戦略を包括的に変革するプロセスを指します。これは、デジタルテクノロジーを活用してプロセスの効率を向上させ、新たな価値を提供し、新たなビジネスモデルを創出することを含みます。
目 的	情報処理は、情報を整理し、意思決定をサポートするために行われることが一般的であり、データの整合性と品質を確保することが重要です。	目 的	DX の主要な目的は、競争力を高め、市場におけるリーダーシップを確立することです。DX は従来のビジネスモデルを変革し、新たなデジタルプロセスや製品、サービスを導入し、デジタル化による新たなビジネス機会を追求します。
例	データベース管理、データエントリ、データの集計、データ分析、ファイルの整理などが情報処理の一部です。	例	クラウドベースのビジネスプロセスの導入、ビッグデータ分析による意思決定の強化、カスタマーエクスペリエンスの改善、デジタルプラットフォームの開発、自動化およびロボティクスの活用、インターネット・オブ・シングス（IoT）の導入などが DX の一部です。

簡潔に言えば、

**情報処理**はデータや情報に対する基本的な操作や処理を指し、一方、

**DX**は組織全体の戦略的な変革として、デジタル技術を利用して競争力を向上させ、新たなビジネスチャンスを追求するプロセスを指します。

## \* 1

**顧客エクスペリエンス (Customer Experience、CX)**は、顧客がある製品やサービスを使用する際に感じる感情や印象、全体的な体験の質を指します。顧客エクスペリエンスは、製品やサービスを提供する組織が顧客に提供する価値と満足度を評価し、向上させるための重要な概念です。

以下は顧客エクスペリエンスの要点:

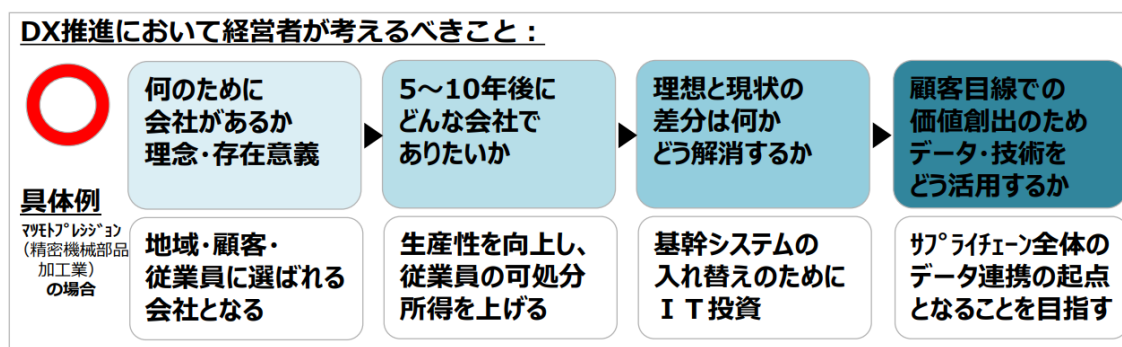
1. **感情と印象:** 顧客エクスペリエンスは、顧客が製品やサービスを使用する際に感じる感情や印象に関連しています。これは、製品の品質、サービスの提供方法、カスタマーサポートなどによって形成されます。
2. **タッチポイント:** 顧客エクスペリエンスは、顧客が組織と対話するさまざまなタッチポイントで形成されます。これにはウェブサイト、アプリケーション、カスタマーサポート、製品の購入プロセス、広告、ソーシャルメディアなどが含まれます。
3. **顧客満足度:** 良い顧客エクスペリエンスは、顧客満足度を高めることが多く、顧客が製品やサービスを再度利用し、他の人にも勧める可能性が高まります。逆に、悪いエクスペリエンスは顧客の離脱や不満を引き起こす可能性があります。
4. **継続的な改善:** 組織は顧客エクスペリエンスを継続的に評価し、改善する必要があります。これにはフィードバックの収集、プロセスの最適化、新しいテクノロジーの採用などが含まれます。
5. **ブランドの構築:** 良い顧客エクスペリエンスは、組織のブランド価値を高めるのに役立ちます。顧客は、ポジティブなエクスペリエンスを通じて組織とのつながりを強化し、忠誠心を高めることがあります。

顧客エクスペリエンスは、現代のビジネス戦略において非常に重要な要素であり、競争力を維持し、成功を収めるために組織が注力すべき分野の一つです。組織は顧客のニーズや期待を理解し、それに応じた良いエクスペリエンスを提供することで、長期的な成功を実現できる可能性が高まります。

## もう一言

私のWEBページでも記載していますがDXは全社的な事です。ですが、いきなり、ある事務処理を取り上げてDXを行うなどということがあるようです。これは情報処理の一つです。

DXとは、顧客視点で新たな価値を創出していくために、ビジネスモデルや文化の変革に取り組むことです。そのためには、はじめに経営者が自社の理念やパーパス（存在意義）を明確にした上で、実現したい未来＝経営ビジョン（5年後 10年後にどんな会社になりたいか）をしっかりと描き、その実現に向けて関係者を巻き込みながら、現在の状況と目指すべき状況の差を埋めるために解決すべき課題を整理し、デジタル技術を活用しながらこれらの課題解決を通じて、ビジネスモデルや組織文化の変革に戦略的に取り組んでいくことが求められます。



とはいえ、会社の現状を捉えるためには、

業務の可視化 ([https://www.oac-aka.com/office/gyo\\_flow.htm](https://www.oac-aka.com/office/gyo_flow.htm))

を行うことが必要：必須です。